

**ALINE MOREIRA KLIER
KATRINE PEREIRA DOS SANTOS**

**A PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A
LOGÍSTICA REVERSA**

**FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI
TEÓFILO OTONI - MG**

2017

ALINE MOREIRA KLIER
KATRINE PEREIRA DOS SANTOS

A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A
LOGÍSTICA REVERSA

Artigo Científico apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Administração das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de Concentração: Logística Reversa.

Orientador: Prof. Msc. Ayesha Schwartez Souza

FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI
TEÓFILO OTONI - MG

2017



FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI

NÚCLEO DE TCC / ADMINISTRAÇÃO

Reconhecido pela Portaria 14 de 22/11/2011 – MEC

FOLHA DE APROVAÇÃO

O Artigo Científico intitulado: *A percepção do consumidor em relação à Logística Reversa*,

elaborado pelas alunas Aline Moreira Klier
Katrine Pereira dos Santos,

foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceito pelo curso de Administração das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial da obtenção do título de

BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO.

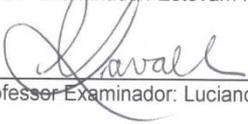
Teófilo Otoni, 16 de novembro de 2017



Professora Orientadora: Ayesha Schwartez Souza



Professor Examinador: Estevam Pires dos Santos



Professor Examinador: Luciano Campos Lavall

A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO À LOGÍSTICA REVERSA

¹ALINE MOREIRA KLIER

²KATRINE PEREIRA DOS SANTOS

RESUMO

A Logística Reversa está bastante associada às questões ambientais de destinação final de bens após seu consumo. Porém, a logística reversa também pode ser um componente potencial no que tange à pós-venda no aprimoramento da satisfação do cliente, agregando valor ao produto, aumentando a rentabilidade da empresa e proporcionando uma vantagem competitiva frente à concorrência. Este estudo procurou mostrar qual a percepção dos clientes em relação a Logística Reversa, mostrando portanto, que muitos dos clientes se preocupam com as questões ambientais, e ainda assim, fazendo com que as empresas que praticam tal método sejam beneficiadas, sendo este um diferencial competitivo. Nesse sentido, a Logística Reversa, que permite o retorno do material ao produtor após seu fim de vida, se mostra como uma atividade eficaz para a diminuição da formação de resíduos. Este artigo foi desenvolvido tendo como base a pesquisa bibliográfica, da qual foram retiradas as informações utilizadas e pesquisa de campo, através da aplicação de questionário para recolher informações sobre o tema explorado. Sendo utilizado o método qualiquantitativo para a obtenção dos dados a serem utilizados para a finalização deste estudo.

Palavras Chave: Logística Reversa; Satisfação do Cliente; Serviço Pós-Venda; Sustentabilidade.

¹Graduando em Administração nas Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni. Av. Santana, 724 – Matinha. alineklier2013@gmail.com

²Graduando em Administração nas Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni. Rua da Luz, 157A – Monte Carlo. katrinepsantos@live.com

INTRODUÇÃO

O presente artigo é inerente ao Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração que teve como tema “A percepção do consumidor em relação da Logística Reversa”, e possui como área de concentração a Logística Reversa. O objetivo proposto foi conhecer a percepção do cliente em relação a logística reversa na empresa estudada.

A logística reversa é uma área que tem como principal objetivo fazer com que aconteça o retorno dos produtos ou materiais ao ciclo produtivo, diminuindo assim os danos causados ao meio ambiente.

Devido a Casa Aladim atender vários clientes em uma área extremamente consumista, com várias opções de produtos existentes na empresa, isso gera muitos resíduos, pois são produtos devolvidos por defeitos ou com avarias, sendo assim evitando impacto ambiental, preocupando em atender as demandas dos clientes sem comprometer o futuro.

O presente trabalho pretendeu esclarecer esta relação direta entre logística reversa e preservação do meio ambiente para tornar-se possível o retorno dos bens ou de seus materiais constituintes ao ciclo produtivo ou de negócios. Trata-se da logística que gerencia o fluxo reverso dos materiais, do ponto de consumo até o ponto de origem, descarte ou reciclagem, ao gerenciamento deste fluxo reverso dá-se o nome de logística reversa.

Os clientes necessitam entender a importância da logística reversa, contribuindo com o processo logístico e aproximação junto à empresa. Sendo assim as organizações têm se preocupado com o ciclo de vida dos seus produtos, enfatizando esse novo modelo de gestão, se adequando as mudanças; pois buscam assim o diferencial da qualidade e atendimento ao consumidor.

O presente trabalho está dividido em cinco capítulos, no primeiro capítulo foram apontados conceitos e definições Logísticas, Logística Empresarial, Logística Reversa. No segundo capítulo encontra-se um breve histórico sobre os Principais Instrumentos práticos de Logística Reversa. O terceiro capítulo é apresentado a caracterização e o processo de Logística Reversa na Empresa Casa Aladim Distribuidora de Cosméticos. O quarto capítulo oferece ao leitor a Metodologia de Pesquisa, com a caracterização da pesquisa, tipo de pesquisa, campo de ação, os dados de instrumentos de coleta; tratamento e forma de análise dos dados. E, por fim, o quinto capítulo trata-se da análise dos dados da pesquisa aplicada na empresa e a análise dos Resultados.

1 LOGÍSTICA

De acordo com os conhecimentos adquiridos poder-se-ia dizer que a logística tem o papel de satisfazer os desejos e necessidades dos clientes, estando diretamente ligada à circulação dos produtos e serviços, desde a matéria-prima até o pós-consumo, buscando uma maior satisfação dos mesmos. E, de acordo com Paura (2012, p. 19-20), as empresas buscam alcançar a satisfação do cliente e isso é algo essencial para a vida de uma organização nos dias atuais. Com o crescimento do mercado, cresce também concorrência, tornando-a mais acirrada. O que as empresas logo imaginam é ter um produto de qualidade, porém no mundo em que se vive isso passou de diferencial para obrigação.

Confirmando o que foi anteriormente dito Wanke et al. (2009, p. 35) menciona em seu livro que a logística deve atender aos níveis de serviço ao cliente, estabelecidos pela estratégia do marketing, ao menor custo de todos os envolvidos no processo, sendo eles o transporte, armazenagem, processamento de pedidos, estoque, compra e venda. Nos estudos de Ballou (2010, p.19), ele reafirma que “o objetivo da logística é tornar disponível os produtos e serviços no local que são necessários, no momento em que são desejados”.

Com o passar dos anos percebe-se que a logística se torna essencial para as empresas, pois com o crescimento global o mercado se mostra ainda mais competitivo. Sendo, portanto de grande relevância para as empresas para que as mesmas fiquem à frente do mercado, em relação às que não a possuem como instrumento de mudança. Como afirma Ávila (2011, p. 2) “a Logística é uma das áreas na organização que pode servir de diferencial para manutenção ou ampliação da participação da organização no mercado competidor”.

Para as empresas a logística deve ser encarada como um processo estratégico, pois agrega valor, podendo gerar centros de lucro e garantir a sustentabilidade. Podendo ainda, garantir um diferencial competitivo importante, envolvendo os seguintes critérios: retorno de produtos, valor econômico agregado, imagem, aspectos ecológicos, imagem corporativa e atendimento a legislação corrente. (PEREIRA et al., 2013, p. 155).

Conforme estudo inicial se pode entender que a logística vislumbra apenas o setor de venda e os processos de fabricação, desde a matéria prima até o produto acabado. E de acordo com Nóbrega(2010, p. 1), com o passar dos tempos, tornou-se perceptível a falta na logística do pós-venda, por exemplo, sendo que seu objetivo básico é o de assegurar que o cliente se sinta satisfeito obtendo proveito e valor à sua compra. Sendo assim, no final da Segunda Guerra Mundial, as empresas notaram que grande era a importância de se ter um departamento com o foco no consumidor pós-venda, pois tornavam-se ainda mais exigentes.

De acordo com Figueiredo e Arkader (2007 apud CATALÃO; FOGOLIN; FILHO, 2012, p. 27) a partir dos anos 50 e 60, as empresas começaram a se preocupar com a satisfação do cliente, surgindo, portanto o conceito de logística empresarial. E com a preocupação de estar conquistando cada vez mais os consumidores, e que a partir do ano de 2000 a conscientização ecológica tornou-se um foco da sociedade, surge então à preocupação das empresas com seus produtos em um estágio de acompanhamento, nascendo assim à logística reversa.

Nos estudos de Ballou (2015, p. 18) percebe-se que a logística nas empresas é uma evolução no pensamento administrativo, pois as empresas devem realizar as atividades de transporte, estoque e comunicação a fim de promover seus clientes com os bens e serviços que são desejados. Porém, as empresas nem sempre se preocupam em focalizar o controle e a coordenação coletiva de todas as atividades

logísticas, pois somente nos últimos anos percebeu-se que uma coordenação cuidadosa e eficiente dessa área proporciona ganhos substanciais nos custos.

Baseado nos pontos anteriormente abordados as próximas seções irão discorrer sobre a Logística Empresarial e Reversa.

1.1 LOGISTICA EMPRESARIAL

De acordo com Ballou (2010, p. 17-23) a logística empresarial é definida como sendo “o processo de colocar as mercadorias e serviços certos no lugar certo e no instante correto e na condição desejada, sendo ao menor custo possível”. Portanto estuda-se como a administração pode ajudar para que o fluxo dos produtos seja mais rápido e com custos razoáveis, para que os processos sejam ainda mais rápidos, trazendo uma maior rentabilidade em suas atividades diárias. O que indica como os estudos inerentes a Logística Empresarial no contexto reverso podem ser um instrumento de redução de custos.

A logística empresarial é a integração interna dos processos de uma organização associada à integração externa com fornecedores e clientes, visando à elevação do nível de serviço e ao compartilhamento dos benefícios dessa atuação conjunta. Integra desde os fornecedores primários de uma atividade virtual de negócios até os consumidores finais. (BULLER 2009, p. 33)

Segundo Bowersox(2010, p. 10) a logística reversa é uma área que atua dentro da logística empresarial e exerce um papel relevante para as organizações empresariais, pois, através dela é possível promover melhorias em todas as etapas do processo produtivo das empresas. Portanto, é necessário que as empresas a utilizem, pois além de se tornar uma empresa sustentável estará atraindo clientes cada vez mais exigentes. Como se trata do fenômeno de estudo em questão é assunto melhor difundido na próxima seção.

1.2 LOGÍSTICA REVERSA

O termo Logística Reversa, assim como os estudos iniciais, pode ser encontrados já nas literaturas dos anos 70 e 80, tendo seu foco principal relacionado com o retorno de bens para serem processados em reciclagem dos materiais, sendo denominados e analisados como canais de distribuição reversos. “Arquivos podem ser encontrados sobre a Logística Reversa desde a década de 1970, porém foi apenas a partir de 1995 que ela se consolidou na produção acadêmica, surgindo os primeiros trabalhos focados na relação entre Logística Reversa e questões socioambientais” (RUBIO et al., 2008, apud SOTANO et al., 2012, p. 2).

No cenário atual, caracterizado por ambiente de alta competitividade, acredita-se que as empresas precisam satisfazer interesses de diferentes agentes, acionistas, funcionários, clientes, governo, comunidade local e outros *stakeholders* (uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma empresa, negócio ou indústria) específicos que requerem estratégias contraditórias.

Segundo Pereira (2010, p. 16) a logística reversa pode tem seu papel relacionar tópicos como: redução, conservação da fonte, reciclagem, substituição e descarte, e mesmo às atividades logísticas tradicionais de compras, como suprimentos, tráfego, transporte, armazenagem, estocagem e embalagem. Através dela, percebe-se que o ciclo reverso tem início a partir de resíduos do processo produtivo ou do consumo de clientes, e podem ir para descarte ou voltar para o ciclo do produto.

Considerando a sua importância, a logística reversa pode ser utilizada estrategicamente por fornecer outras oportunidades, dentre elas as adequações quanto às questões ambientais muito difundidas na atualidade.

Portanto, a logística reversa, por meio de sistemas operacionais diferentes em cada categoria de fluxos reversos, objetiva tornar possível o retorno dos bens ou de seus materiais constituintes ao ciclo produtivo ou de negócios. Agrega valor econômico, ecológico, legal e de localização ao planejar as redes reversas e as respectivas informações e ao operacionalizar o fluxo desde a coleta dos bens de pós-consumo ou de pós-venda, por meio dos processamentos logísticos de consolidação, separação e seleção, até a reintegração ao ciclo (LEITE, 2003, p.17).

De acordo com Gonçalves et al. (2010, p. 7) a logística tem como objetivo principal atender a sustentabilidade do meio ambiente, de “volta à origem”, ou seja, a empresa que produziu o produto é a responsável em dar destinos adequados a esse lixo gerado após o consumo fazendo o processo reverso para trazer o “lixo” até a empresa para ser processado de forma correta: serem consertados, remanufatura, reciclagem ou reutilização do produto já que muito do que é jogado fora pode entrar no processo de fabricação novamente, assim reduzindo custos à empresa.

Segundo Carvalho (2014, p. 4), quando já há implantação da logística reversa, ela traz consigo a oportunidade de se desenvolver a sistematização dos fluxos de resíduos, bens e produtos descartados, seja pelo fim de sua vida útil, pelo reaproveitamento, dentro ou fora da cadeia produtiva inicial, contribuindo para a redução do uso de recursos naturais e dos impactos ambientais. Chaves e Batalha (2006, p. 2) confirmam ainda que com a exigência dos consumidores por um nível de serviço mais elevado, que inclui as preocupações ambientais, estaria fazendo com que as empresas implantassem e investissem em atividades de logística reversa como fator de diferenciação e fidelização dos clientes.

Porém, os consumidores são fundamentais para que o processo reverso ocorra, pois a separação de resíduos recicláveis típica do consumo requer, portanto, a iniciativa dos mesmos, os quais assumem a responsabilidade pelo descarte seletivo e transporte até o local de destino para o processo reverso. Assim, caso o consumidor não assuma esta tarefa, torna-se necessária a existência de uma rede de coleta seletiva.

2 PRINCIPAIS INSTRUMENTOS PRÁTICOS DE LOGÍSTICA REVERSA

De acordo com Pontelo (2002, p. 2) a logística reversa é uma área que tem como preocupação retorno de embalagens ao ciclo produtivo, sendo eles bens de pós-venda e de pós-consumo, agregando-lhes valores de diversas naturezas: econômico, ecológico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros.

Seguindo o raciocínio de Morato (2012, p. 2) descreve-se que os canais reversos de pós-venda são constituídos por diferentes formas e possibilidades de retorno de parte dos produtos, com pouco e nenhum uso, que fluem no sentido inverso, do consumidor ao varejista ou ao fabricante, do varejista ao fabricante, entre as empresas, motivados em geral por problemas de qualidade, garantia, processos comerciais entre empresas e retornando ao ciclo de negócios de alguma forma. Os canais de distribuição reversa poderiam ser divididos em 2:

- Canais de distribuição pós-consumo – são produtos originados no descarte de produtos depois de finalizada sua utilidade original, que se destacam dois subsistemas:
 - Canais reversos de reciclagem;
 - Canais reversos de reuso.
- Canais de distribuição pós-venda – são constituídas pelas diferentes formas e possibilidades de retorno de uma parcela de produtos, que fluem no sentido inverso.

2.1 PROCESSO DE PLANEJAMENTO

Um planejamento reverso utiliza os mesmos processos que um planejamento convencional. Ambos tratam de nível de serviço, armazenagem, transporte, nível de estoque, fluxo de materiais e sistema de informação. No entanto a Logística Reversa deve ser vista como um novo recurso para a lucratividade. Segundo Mueller (2005 apud CLEIDE et al., 2013, p. 3) “a logística reversa pode ser classificada como sendo apenas uma versão contrária da Logística como a que se conhece”.

De acordo com Morato et al. (2012, p. 2) existem três grandes categorias de bens produzidos: os bens descartáveis, os bens semiduráveis e os bens duráveis classificados de acordo com a sua vida útil. Estas definições são fundamentais para um melhor entendimento das atividades dos canais de distribuição reversos.

- Bens descartáveis: são bens que apresentam duração de vida útil média de algumas semanas, raramente superior a seis meses. São exemplos de bens descartáveis os produtos de embalagens, brinquedos, materiais para escritório, suprimentos para computadores, artigos cirúrgicos, pilhas de equipamentos eletrônicos, fraldas, jornais, revistas, etc.
- Bens semiduráveis: são os bens que apresentam duração média de vida útil de alguns meses, raramente superior a dois anos. Sob o enfoque dos canais de distribuição reversos dos materiais, apresenta características ora de bens duráveis, ora de bens descartáveis. Exemplos: baterias de veículos, óleos lubrificantes, baterias de celulares, computadores e seus periféricos, revistas especializadas, etc.
- Bens Duráveis: são os bens que apresentam duração de vida útil variando de alguns anos a algumas décadas. Exemplos: automóveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, as máquinas e os equipamentos industriais, edifícios, aviões, navios, etc.

2.2 APLICABILIDADE

Para atender as demandas mercadológicas, a logística reversa é vista como ponto estratégico, relacionada à tecnologia e ao marketing verde. De acordo com Ferrell (2001, p. 66) “O *marketing* verde se refere, especificamente, ao desenvolvimento, apreçamento, promoção e distribuição de produtos que não agridam o ambiente natural”. A importância de implantar logística reversa nas organizações está relacionada à sobrevivência das espécies, em razão de grandes agressões ao meio ambiente, ocasionadas pelos processos industriais, que geraram ao longo dos anos danos ecológicos, desestabilizando o ecossistema.

O marketing verde é um instrumento indispensável para as organizações, pois traçam perfis, campanhas e atitudes objetivando redução de impactos ambientais e visa esclarecer as vantagens em adquirir materiais ecologicamente corretos, incentivando o consumidor e o mercado em geral a comprar produtos de procedência legal. (LEITE, 2003. p. 41)

Para lidar com as transformações, acredita-se que toda organização traça projeções futuras, resguardando e antevendo suas ações, é o que chama-se de estratégia. Mediante as exigências de órgãos públicos e também da sociedade, as empresas buscam um diferencial de mercado inserindo na parte estratégica a questão ambiental, sendo obrigadas e responsabilizadas a cooperar com a sustentabilidade do meio ambiente e dos seres humanos, pois de certa forma contribuíram e muito, para a degradação e devastação do meio ambiente. O que torna relevante e necessário estudos nesse contexto.

Segundo Souza (apud LEITE, 2011, p. 3): “a logística reversa para ser implantada depende também de outros fatores que contribuam para o bom funcionamento do sistema, que deve ser integrado a sistemas tecnológicos, treinamento de pessoal, marketing e entre outros”.

Aplicando a logística reversa, segundo Ballou (1993, p. 384), sob o ponto de vista ambiental, “a preocupação com a ecologia e meio ambiente cresceu junto com a população e a industrialização. Uma das principais questões é a da reciclagem de resíduos sólidos”, proporcionando novas oportunidades tanto para empresa quanto para o meio ambiente.

Na Apple³, como exemplo e reforçando as indagações anteriores uma das maiores companhias de tecnologia do mundo implementou uma iniciativa de logística reversa que deve garantir a venda de mais produtos novos. Os clientes da empresa podem levar seus iPhones antigos para serem avaliados por funcionários especialistas em qualquer uma de suas lojas nos Estados Unidos. Depois de avaliado o cliente recebe então o valor do aparelho em forma de crédito para comprar qualquer produto na loja Apple. Os aparelhos antigos serão encaminhados então para o setor de reciclagem.

³Disponível em: <<http://www.pensamentoverde.com.br/reciclagem/veja-algumas-empresas-que-praticam-logistica-reversa/>> Acessado em: 09 de Out. de 2017.

2.3 O CONSUMIDOR NA LOGISTICA

Segundo Carvalho (2014, p. 2) a Logística é um ciclo de gerenciamento do fluxo de materiais até a chegada ao consumidor, é importante tanto para a empresa quanto para o consumidor final. Entretanto, o ciclo não termina quando o produto é descartado, há um novo processo ecologicamente viável, já utilizado por empresas, o processo reverso que está ligado à Logística Reversa, classificada como sendo a versão contrária da convencional.

O ciclo do produto não acaba quando o consumidor o descarta, novas possibilidades de vida geram novas matérias primas e a prática reversa da logística ganha mais força e impulso pelos inúmeros pontos positivos gerados para o meio ambiente, consumidor e empresa. Percebe-se que a melhor maneira do processo ocorrer dentro das conformidades é, primordialmente, conscientizar-se das questões ambientais e rever os conceitos de sustentabilidade.

Como o cliente é a peça principal das empresas, e a satisfação dele é indispensável, é possível que as organizações tendem a olhar para a logística de uma forma diferente, de modo que torne disponível visualizar nela a fidelidade dos clientes pela rapidez e credibilidade dos serviços e, é claro, a conquista dos lucros para a empresa. Para isso é preciso uma gestão competente, organizada, planejada e tecnologicamente desenvolvida.

A logística reversa funciona interligando o consumidor no processo reverso de volta dos produtos com avarias e(ou) embalagens a empresa, responsáveis em reutilizar ou reciclar os produtos descartados.

Segundo Ballou (2006, p. 27):

O processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes.

No processo de logística reversa, cada agente tem um papel pré-estabelecido. O consumidor por sua vez é quem adquire determinado produto e deve devolver os produtos ou embalagens que não serão mais utilizadas em postos de troca. As

vantagens oferecidas pelo fabricante são descontos em um novo produto, por exemplo, como o famoso caso dos cascos de vidro para refrigerante que vários estabelecimentos praticam que é com sua troca o cliente ganha descontos em suas compras.

3 A EMPRESA

3.1 CARACTERIZAÇÃO

Fundada em agosto de 1958, a Casa Aladim⁴ atua como distribuidor de cosméticos e perfumes, tendo como objetivo atender as necessidades do comércio varejista de forma eficiente e ágil, em constante busca da excelência, garantindo a perfeita integração entre os segmentos do mercado, compreendidos entre a Indústria e o Consumidor final. Sua missão é a solução em beleza, para completa satisfação e bem-estar dos clientes oferecendo o melhor mix de produtos e serviços, com preços justos e qualidade comprovada.

Localizada em Teófilo Otoni, nordeste de Minas Gerais, a Casa Aladim possui uma estrutura moderna e funcional, ocupando uma área total de 40.000 m² para operação e gerenciamento de seus processos logísticos. A Aladim Perfumaria conta com uma equipe de 400 colaboradores, atuando nas regiões sudeste, centro-oeste e nordeste do Brasil.

A Casa Aladim vem desenvolvendo e aprimorando sua equipe, com treinamento direcionado, visando a melhoria contínua da qualidade dos serviços prestados aos seus clientes. Através de parcerias de muito sucesso com seus fornecedores, a Casa Aladim dispõe de produtos de perfumaria, higiene e beleza

⁴ Disponível em <http://www.aladimperfumaria.com.br/historia/> Acessado em: 09 de Out. de 2017.

líderes de vendas, assim como também, produtos das indústrias que buscam a liderança do mercado neste segmento em todo o Brasil.

3.2 O PROCESSO DE LOGÍSTICA REVERSA NA EMPRESA

Conforme dados retirados na empresa, o processo logístico começa a partir do momento em que o produto sai do centro de distribuição para a loja, e é encaminhado para o consumidor final, ou seja, o cliente. A Casa Aladim (distribuidora) confere todos os produtos que são recebidos no ato da entrega, e se houver algum produto com avaria o mesmo é retornado ao local de origem para o devido tratamento. Os produtos integrados no sistema, através de um coletor de dados, têm uma pessoa responsável para gravar os produtos no sistema com esse aparelho.

São reaproveitados pela empresa os plásticos que chegam juntamente com os produtos, a empresa também conta com uma máquina que corta o papelão das caixas que chegam com os produtos, o papelão e o plástico são reaproveitados para proteger os produtos que vão para os clientes, para que os mesmos não cheguem às mãos do cliente com avaria. Leite (2009, p.187) denomina logística reversa de pós-venda:

Denominamos logística reversa de pós-venda a área específica de atuação da logística reversa que se ocupa do planejamento, da operação e do controle do fluxo físico e das informações logísticas correspondentes de bens de pós-venda, sem uso ou com pouco uso, que por diferentes motivos retornam pelos elos da cadeia de distribuição direta.

Quando o produto vai para o cliente a empresa oferece um meio para que os clientes possam retornar os produtos que estão danificados, onde o cliente entra em contato com a empresa e a empresa faz a coleta dos produtos. Desta forma é gerada uma nota de devolução e o cliente faz o retorno do produto para a empresa pelo correio, para que haja o devido tratamento dos mesmos. Os produtos que não são reaproveitados são encaminhados para o processo reverso ou o aterro sanitário para os insumos que não podem ser reutilizados de alguma forma.

Baseado nisso, Leite (2009, p. 198), afirma que os produtos “são destinados a aterros sanitários ou ao processo de incineração, dependendo das peculiaridades de cada país ou região”.

Sendo assim, o processo reverso ocorre quando o cliente entra em contato com a empresa, por causa de avaria ou danificação do produto, e para que o mesmo não seja descartado de maneira errada é feita a devolução total. O SAC (Serviço de Atendimento ao consumidor) colhe os dados do cliente, a pessoa responsável entra em contato com o fornecedor para fazer a devolução de maneira correta e faz a solicitação para a coleta desses produtos, é feita a coleta por mês pelos fornecedores, pela transportadora ou pelos correios. Toda logística reversa tem que emitir nota de devolução e finalmente a indústria recebe esses produtos para que façam os procedimentos corretos.

4 METODOLOGIA DE PESQUISA

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A presente pesquisa pretendeu avaliar a percepção dos consumidores em relação a Logística Reversa. Para tanto, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, pois dentro da sua elaboração fez-se necessário o aprimoramento dos conhecimentos através de pesquisas em livros e artigos. E, descritiva com a criação de um questionário aplicado com uma amostra de 100 clientes e dados qualitativos que foram coletados na empresa, sendo, portanto, uma pesquisa qualiquantitativo, a fim de identificar a percepção dos clientes da Aladim. No total de clientes apurados na empresa foram 175 (cento e setenta e cinco) clientes, porém a entrevista foi realizada com uma amostra de 100 (cem) clientes devido à indisponibilidade de fazer com todos, pois os demais são inativos na empresa, ou seja, não são clientes frequentes.

4.2 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa foi dividida em dois momentos, sendo a primeira uma pesquisa bibliográfica para o aprimoramento do conhecimento sobre a Logística Reversa, e em segundo momento fez-se necessário uma pesquisa descritiva que segundo Gil (2008, p. 42) visa levantamento de opiniões, atitudes e crenças de uma população, levando à aplicação de dois questionários um para a empresa e o outro para seus clientes. A pesquisa foi feita de forma a medir grau de percepção de seus clientes em relação à prática, além de conhecer os pontos falhos na divulgação da mesma.

4.3 CAMPO DE AÇÃO

A presente pesquisa desenvolveu-se em dois cenários, em primeiro momento na empresa com a colaboração dos gestores da Logística Reversa que se dispuseram a responder ao questionário e em segundo momento para os clientes ativos da empresa situada em Teófilo Otoni.

4.4 DADOS E INSTRUMENTOS DE COLETA

Os dados a respeito do presente tema de estudo foram obtidos por meio de uma entrevista, realizada com o gerente da área logística, com questões qualiquantitativas, visando informações mais abrangentes acerca do conteúdo pesquisado. Para o cliente também com um questionário, porém quantitativo, visando saber qual a percepção do consumidor a respeito do tema.

O questionário aplicado, com questões qualiquantitativa indutivas, uma vez que os investigadores analisam a informação e compreendem os fenômenos a partir de padrões resultantes da recolha de dados e da análise dos dados que se encontram inter-relacionados.

A pesquisa foi aplicada de forma pessoal, pois buscamos os clientes para que a pesquisa fosse aplicada para levantamento de dados do processo logístico. Após a coleta dos dados, os mesmos foram analisados de forma a apresentar a realidade da Logística Reversa sob a concepção do consumidor. Com isso, fez-se necessário a tabulação da pesquisa para facilitar a organização dos dados, e assim apresentar os resultados obtidos.

Os questionários foram formulados de forma a facilitar a compreensão dos entrevistados no momento da análise dos mesmos, para que se pudessem levantar as informações necessárias para este estudo. De acordo com Gil et. al. (2010, p. 137 apud MANZUETO, 2016, p. 31). “A técnica selecionada para a coleta de dados é a entrevista semi-estruturada em profundidade, que permite, ao mesmo tempo, a liberdade de expressão do entrevistado e a manutenção do foco pelo entrevistador”.

4.5 TRATAMENTO E FORMA DE ANÁLISE

A partir das respostas dos questionários ocorreu a fase de organização e análise dos dados. Os resultados foram agrupados de forma a facilitar a compreensão dos dados obtidos. Relatando os resultados das entrevistas aos competentes avaliadores deste estudo e futuros leitores.

5 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esse capítulo tem por objetivo detalhar e organizar os dados coletados no transcorrer da pesquisa. A fim de responder ao objetivo proposto, separam-se os resultados em gráficos, sendo que só os dados obtidos pelos clientes que foram separados em gráficos. Na primeira parte, têm-se informações referente ao questionário aplicado a empresa e, na segunda parte, os gráficos referentes ao questionário aos clientes.

5.1 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA APLICADA NA EMPRESA

De acordo com a pesquisa aplicada na empresa pode-se perceber que a utilização da Logística Reversa na mesma traz como resultados, uma possível redução de custos no seus processos, pois a mesma reutiliza os materiais disponíveis (papelão e plástico) para a proteção de seus produtos, diminuindo assim as avarias. Como consequência atende de forma responsável seus clientes, tornando um diferencial competitivo para a empresa. Ela se destaca também, pois procura ser uma empresa que sempre está à frente, buscando estar ligada as inovações e novas tecnologias e a melhoria de seus processos com treinamentos de seus colaboradores.

A empresa concorda também que é possível fazer melhorias em seus processos incrementando a Logística Reversa em todos os setores, buscando passar mais informações do processo reverso para seus clientes e buscando tornar os seus colaboradores mais aptos para tal prática. Afirmando mais ainda que seus produtos não agridem o meio ambiente, pois sempre busca fazer os procedimentos corretos, retornando os produtos danificados para a indústria para que a mesma busque fazer com que os produtos danificados retornem para o devido descarte ou reaproveitamento. E para que o cliente não faça o descarte incorreto desses produtos

à empresa ajuda no processo reverso para que tenham seus devidos fins. Pois assim, o cliente fica satisfeito e a empresa sempre tenta melhorar os processos para melhor atendê-los.

Para tais declarações da empresa, poder-se-ia dizer que a empresa procura sempre melhorar seus processos para que os mesmos lhes tragam um retorno, ou seja, lucros e (ou) a diminuição de avarias, como a mesma cita acima. Para tanto há uma concordância por parte das informações apresentadas pela empresa, porém como dito anteriormente, pode ser feito muito mais para que a Logística Reversa seja encarada com mais seriedade não apenas por parte de seus clientes, mas sim por todos. Apesar de sempre estar praticando a logística reversa pode ser percebido que a empresa poderia fazer uma melhoria em seus processos reversos, como a própria empresa informou, além de englobar todos os seus processos, poderia fazer a divulgação da informação do processo reverso que a empresa pratica e até mesmo englobando todas as embalagens, não apenas os produtos com avaria.

5.2 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA APLICADA AOS CLIENTES

Os Dados expostos a seguir foram obtidos através da pesquisa de campo, foi utilizada a escala Likert para melhor entendimento dos resultados. Como afirma Costa (2011 apud, JÚNIOR, 2014, p. 5) “A grande vantagem da escala de Likert é sua facilidade de manuseio, pois é fácil a um pesquisado emitir um grau de concordância sobre uma afirmação qualquer. Adicionalmente, a confirmação de consistência psicrométrica nas métricas que utilizara nesta escala contribuiu positivamente para sua aplicação nas mais diversas pesquisas. Na escala de Likert, os respondentes precisavam marcar somente os pontos fixos estipulados na linha, em um sistema de cinco categorias de resposta que vão de “concordo totalmente” a “desaprovo totalmente”.

A entrevista ocorreu inicialmente por meio de um questionário, sendo a empresa com 10 questões e a dos clientes com 7. O roteiro utilizado é do tipo semi-

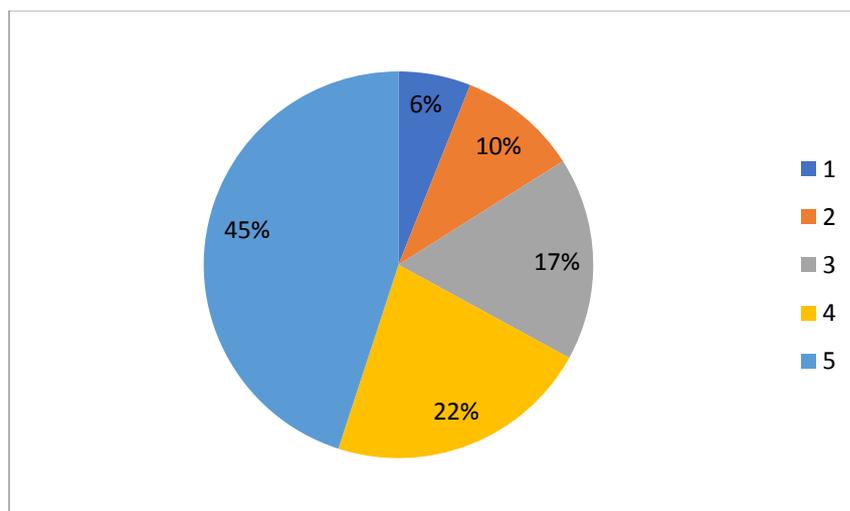
estruturado, com o objetivo de entrevistar a empresa e todos os seus clientes, mas que sofreram alterações pelo fato da falta de disponibilidade dos clientes, coletou-se uma amostra de cem entrevistados, que segundo Hair et. al. (2005), amostras maiores que 50 são suficientes e possibilitam o levantamento de dados. A elaboração do questionário e a aplicação do mesmo teve duração de 1 mês.

Quadro 1: Escala Likert

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Discordo	Indeciso	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente

Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 1: A relevância da prática da Logística Reversa

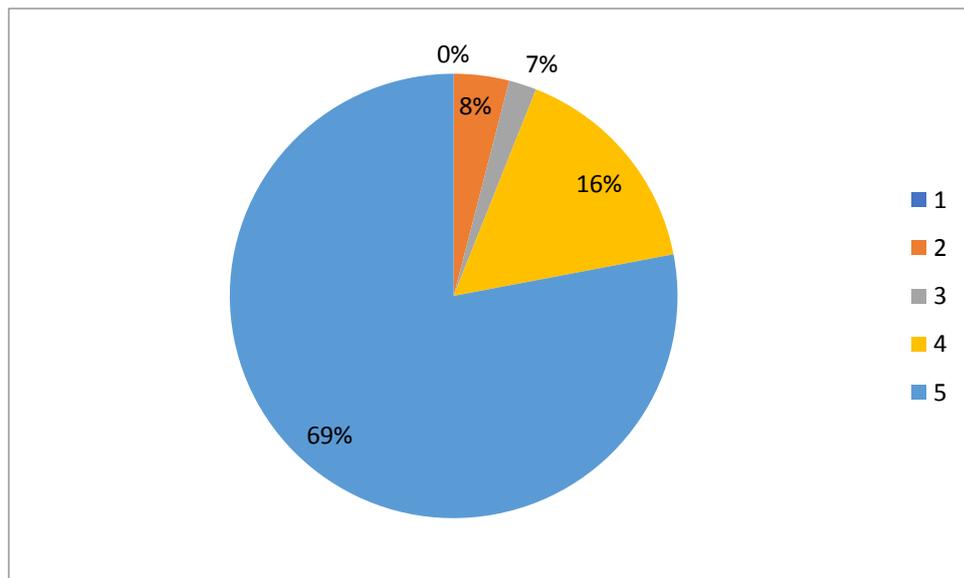


Fonte: Elaborado pelos autores

Pode-se perceber que grande parte dos clientes da devida empresa acreditam que esta prática é tanto quanto relevante e uma pequena parte desconhece e por isso discorda a sua importância. Levando em conta que 67% dos entrevistados concordam com a prática, sendo 45% concordando totalmente e 22% concordando parcialmente. De acordo com os dados obtidos com a pesquisa e levando em consideração as respostas dos mesmos, grande parte dos clientes consideram tal prática relevante uma vez que diminui o impacto que produzem ao meio ambiente.

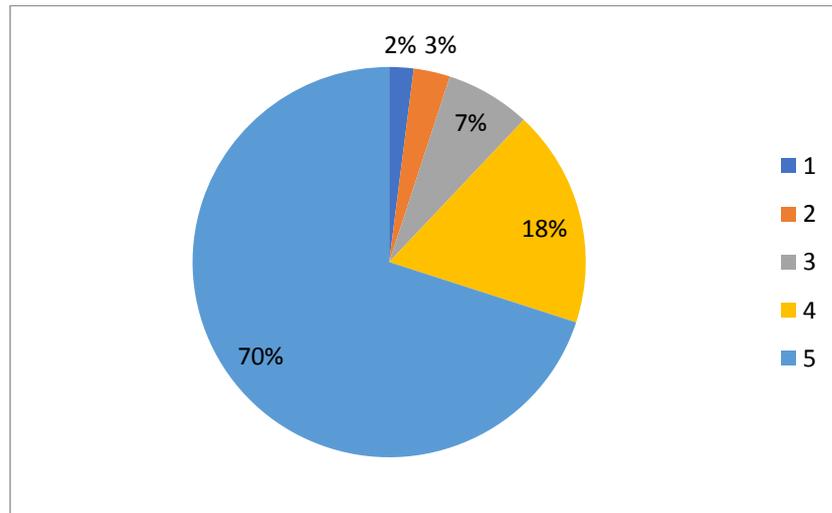
Porém uma boa quantidade dos clientes, sendo eles 10% discordando e 6% discordando totalmente, discordam com tal prática pois desconhecem seus benefícios, uma vez que mostraram certa resistência sobre o assunto.

Gráfico 2: A visibilidade da prática Logística Reversa na empresa em estudo



Fonte: Elaborado pelos autores

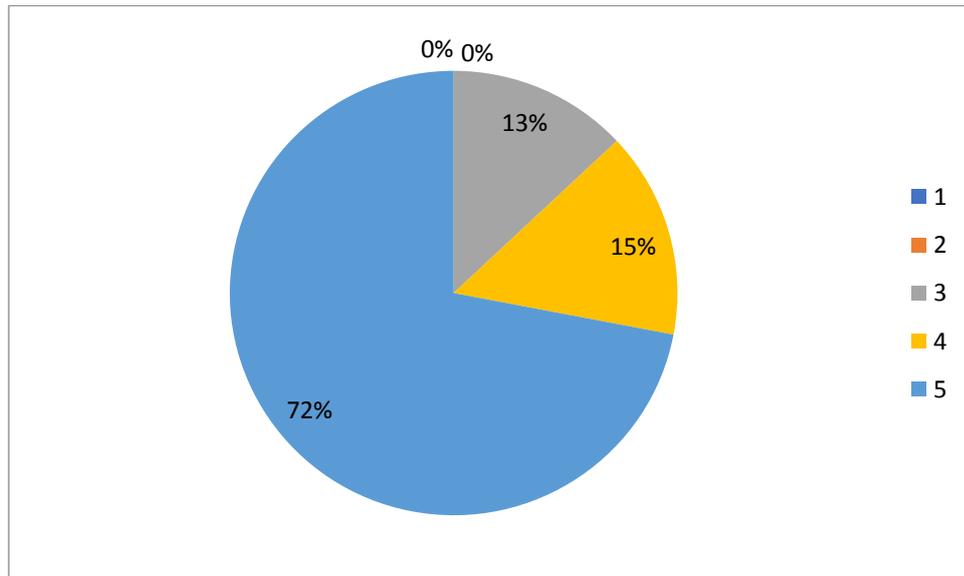
Pode-se perceber com os dados obtidos que grande maioria, ou seja, aproximadamente 85% dos entrevistados conseguem enxergar a prática da Logística Reversa na empresa, pois os mesmos se sentem na obrigação de fazer parte de tal processo, ajudando assim na conservação do meio ambiente. Sendo, portanto que os demais não tem acesso às informações do processo reverso ou não consideram essa prática necessária, não vislumbrando a prática e não auxiliando para que a mesma seja cumprida.

Gráfico 3: Satisfação da prática da Logística Reversa

Fonte: Elaborado pelos autores

No gráfico acima há em grande parte dos clientes uma satisfação pela empresa estar praticando a Logística Reversa, sendo eles 70% concordando totalmente e 18% concordando parcialmente, pois o processo reverso agrega valor aos produtos comercializados e trazendo certa vantagem para o cliente, pois o mesmo recebe um ressarcimento pelas avarias sofridas no decorrer da entrega do produto. Os demais que não se sentem satisfeitos alegam que a empresa não faz ressarcimento de pequenas quantidades de compra pois afirmam que a empresa gera custos e para a mesma não se torna vantajoso. A participação do consumidor no processo de logística reversa foi comentado anteriormente no referencial teórico quando citou-se Leite et al. (2009, apud AGOSTINHO e SILVA et al., 2013, p. 4).

Gráfico 4: Melhoria na prática da Logística Reversa



Fonte: Elaborado pelos autores

Ao decorrer da pesquisa e pelos dados obtidos pode-se afirmar que os clientes se sentem satisfeitos com tal prática, porém sempre há o que melhorar, sendo, portanto que grande maioria responde positivamente para que haja a melhoria na empresa, pois a mesma deve estar em constante evolução nos seus processos. E abranger de forma geral seus clientes e produtos, pois a empresa não garante o ressarcimento de pequenas quantidades de produtos avariados e não divulga tal informação para todos os seus clientes. Salienta-se que na seção anterior, a partir dos dados obtidos sobre os gestores, os mesmos concordam com a concepção dos clientes, pois estão cientes da necessidade das melhorias a serem aplicadas na Logística Reversa desempenhada pela empresa.

5.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Não foi entrevistado todos os clientes devido à boa parte dos mesmos estarem inativos na empresa, sendo, portanto, a pesquisa foi aplicada com 100 clientes. Para

a devida análise, foram apresentados apenas quatro das sete questões direcionadas aos clientes, devido às mesmas terem maior relevância para o estudo, e as demais que não foram estudadas por se tratarem de questões de gênero, idade e entendimento do tema. Foram dez questões para os gestores analisando as mesmas, foram apresentadas todas as informações relevantes, pois correlacionaram com as questões aplicadas aos clientes.

A prática da Logística Reversa na empresa traz como resultados, uma possível redução de custos de produtos, e uma diminuição de avarias causadas por um mau deslocamento, pois há uma reutilização de papelão na empresa para a proteção dos produtos que vão para os clientes, fazendo com que os mesmos sejam mais protegidos. Outro aspecto a ser verificado é que há uma preocupação em reduzir a geração de resíduos e com isso diminuir os danos causados no meio ambiente.

Uma vez que grande parte dos clientes se sintam satisfeitos com a empresa em relação ao ciclo reverso faz com que a mesma seja visualizada entre tantas outras como uma que se diferencia, agregando valor ao produto, aumentando a rentabilidade da empresa e proporcionando uma vantagem competitiva frente à concorrência. Porém, não deve-se apenas focar nos resultados positivos, pois uma parte dos clientes, mesmo pequena não se sentem abrangidos com tal prática da empresa, pois a empresa deve estar em constante melhoria para que possa acolher todos os seus clientes e fazê-los cada vez mais satisfeitos, buscando melhorias nos seus processos reversos. E uma vez que a empresa busca uma satisfação total de seus clientes, a leva a ter uma melhoria constante.

Como confirma os dados citados Minahan (1998, apud CERETTA et al.2005, p. 10) Atualmente, a logística reversa se tornou um assunto de prioridade nos negócios da empresa, devido ao seu potencial de incremento simultâneo entre a satisfação do cliente e a rentabilidade da empresa. E como as empresas tem se preocupado cada vez mais com a prática da Logística Reversa a Casa Aladim LTDA deve sempre buscar melhoria em seus processos. Pois como já foi citado as empresas encaram a Logística Reversa como um diferencial Estratégico, pois agrega valor e lucro, garantindo também estar à frente das empresas que não aderem tal prática.

Relacionando os dados obtidos através dos gestores da empresa e dos clientes entrevistados, percebe-se que ambos conseguem visualizar que a empresa deveria fazer melhor a divulgação do processo reverso, fazendo com que a percepção a respeito da logística reversa e a sua importância se tornem gradativas. Vislumbra-se

também que a empresa necessita ampliar os processos que praticam a logística reversa aumentando assim, sua responsabilidade e o grau de satisfação de seus clientes, pois os mesmos vislumbraram uma empresa que procura sempre melhorar seus processos tornando-os menos agressivos ao meio ambiente. É preciso focalizar nas porcentagens que não praticam a logística reversa, pois esses clientes precisam entender que essa prática não é apenas para que haja um retorno para a empresa, e sim para que o meio ambiente não seja tão afetados com os insumos que a empresa descarta.

CONCLUSÃO

Em última instância o presente artigo, a partir da análise das hipóteses levantadas e dos objetivos propostos na tese que buscam mostrar sua validade, também são apresentadas algumas considerações finais.

O presente trabalho visou propor o estudo da percepção do consumidor em relação à Logística Reversa. Por meio de revisão teórica e da aplicação de questionários em campo.

Acredita-se que as empresas têm como objetivo principal atender as necessidades e desejos dos clientes, produzindo um número maior de insumos, que após o uso, acabam descartados. Tendo, portanto, contribuído para que o ciclo reverso aconteça, caracterizando assim, um grande desafio às organizações e a sociedade na administração desses descartes. Caso esse processo não ocorra, um grande impacto ocorrerá à sociedade e ao meio ambiente, fazendo, portanto, dessa pesquisa um caso de extrema relevância para o meio ambiente.

O fator social que torna essa pesquisa importante implica na contribuição da redução dos impactos sobre a sociedade e o meio ambiente, auxiliando o aumento dos postos de trabalho, o recolhimento dos produtos descartados, separação, e direcionamento ao retorno do ciclo produtivo. Possibilitando um aumento na eficiência da reciclagem e também melhoria na qualidade de vida da sociedade como um todo.

Como futuro profissional é necessário que se entenda a importância do ciclo reverso dos produtos, para que se possa como administrador conduzir de forma consciente as empresas onde estarão inseridos, ajudando assim as mesmas a

praticarem a logística reversa.

Buscou-se contextualizar o tema por meio de uma ampla revisão de literatura, englobando aspectos relacionados à logística reversa tais como: conceitos, importância, aplicabilidade, o consumidor na logística e a logística reversa na empresa em estudo. De forma complementar, buscou-se referências bibliográficas a fim de reforçar todas as informações expostas e dados coletados na empresa e as questões aplicadas.

De acordo com as hipóteses apresentadas, sendo elas: H0: A prática da logística reversa não influenciaria no aumento da percepção dos seus clientes sobre o descarte correto de resíduos e embalagens; H1: Os consumidores não achariam essa questão relevante, pois, mesmo estando conscientes, não entendem a necessidade de sua prática; H2: A empresa criaria meios de incentivos aos descartes corretos como: programa de fidelidade, brindes, entre outros e H3: A empresa disponibilizaria o acesso de como funciona todo o processo reverso para que os clientes possam compreender. E devido às hipóteses apresentadas foi possível verificar através dos resultados obtidos, que a hipótese nula e a primeira hipótese, não se adequam aos resultados obtidos, pelo fato de não se adaptarem aos fatos, sendo, portanto descartadas. Em relação às demais hipóteses é possível perceber que duas hipóteses se correlacionam com os resultados obtidos, pois citam incentivos que ajudam com que os clientes façam tal prática.

Apresenta que a empresa disponibilizando o acesso de como funciona todo o processo reverso para que os clientes possam compreender, pois além do consumidor conseguir ter a percepção da logística reversa na presente empresa, pode ver um benefício com tal prática, visto que a mesma fornece ressarcimento dos produtos avariados após a entrega dos mesmos para o seu devido fim, o processo reverso, sendo ele a reutilização das embalagens e(ou) o descarte correto.

Pode-se concluir que a empresa colabora para que os consumidores aumentem a percepção da importância da Logística Reversa, pois os mesmos se sentem motivados a ter tal prática, visando um benefício a seu favor. Pois com tal prática os clientes são ressarcidos em forma de crédito, podendo assim, ter promoções e abatimentos no valor da próxima compra. Desta forma apontando para a hipótese três que diz: “As empresas ajudariam a motivar os consumidores a adotarem tal prática, através de descontos e promoções, onde os consumidores

levariam os insumos para as empresas para que os mesmos sejam descartados na maneira correta”. Tendo, portanto dados que apontam para tal resultado.

Ficando claro que, de uma forma indireta, a utilização da logística reversa pode servir para o fortalecimento da imagem da instituição como empresa com responsabilidade socioambiental. Podendo também com sua utilização fazer com que seus clientes adquiram tal prática.

ANEXOS

1 QUESTIONÁRIO APLICADO NA EMPRESA

1. A implementação da logística reversa pode reduzir custos e atender melhor seus consumidores?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Você acha que a Logística Reversa é um importante diferencial competitivo?

3. Qual tipo de empresa vocês tem construído? Aquela que está à frente ou aquela que precisa correr para se adaptar?

4. O que a empresa está fazendo para recuperar produtos, partes de produtos ou materiais?

5. Quais áreas no processo estão envolvidas?

6. Você concorda que é possível integrar as atividades típicas do sistemas de produção, distribuição ou outro processo, com a da logística reversa?

7. Quais são os custos e benefícios da logística reversa, do ponto de vista econômico e ambiental?
8. Qual é a meta sustentável, possível de ser atingida, levando em conta as atuais e futuras práticas de desenvolvimento sustentável desenvolvidas pela empresa?
9. Quais os níveis da empresa que também trabalha com a logística reversa?
10. Como funciona o processo logístico reverso na empresa?

2 QUESTIONÁRIO APLICADO COM OS CLIENTES

1. Gênero

() Masculino () Feminino

2. Idade

() 10-20 () 21-30 () 31-50 () 51 acima

3. você sabe o que é logística reversa ?

() sim () não

4. Você considera relevante a prática da Logística Reversa ?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Você consegue visualizar esta prática na empresa Casa Aladim?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Qual é o grau de satisfação em relação a esta prática?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. Você acha que é necessário uma melhoria nesta área?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

REFERÊNCIAS

AGUAYO, Aline. *Veja algumas empresas que praticam logística reversa*. 2015. Disponível em <<http://www.pensamentoverde.com.br/reciclagem/veja-algumas-empresas-que-praticam-logistica-reversa/>>Acessado em: 12 de Set. de 2017.

ÀVILA, Dione. *Logística Reversa: um diferencial competitivo para as organizações*. 2011. 19 p. Disponível em <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1249/Log%C3%ADstica%20Reversa%20%20Um%20Diferencial%20Competitivo%20para%20as%20Organiza%C3%A7%C3%B5es.pdf?sequence=1>>Acessado em: 09 de Set. de 2017.

BALLOU, Ronald. *Logística Empresarial: Transportes Administração de Materiais Distribuição Física*. 1 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2010. 388 p.

BALLOU, Ronald. *Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial*. 5. ed. São Paulo: Bookman, 2006.

BATALHA, Mário Otávio; CHAVES, Gisele de Lorena Diniz. *Gestão e Produção: Os consumidores valorizam a coleta de embalagens recicláveis? Um estudo de caso da logística reversa em uma rede de hipermercados*. 12 p. vol.13 n° 3. São Paulo. 2006. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2006000300006> Acessado em 09 de Out. 2017.

BOWERSOX, Donauld, CLOSS David. *Logística Empresarial: O processo de Integração da Cadeia de Suprimentos*. São Paulo: Atlas, 2011. 600 p.

CATALLÃO, Bruna; FOGOLIN, Mirian; FILHO, Pedro. *Logística Reversa: Uma alternativa para reduzir custos Promilat Indústria e Comércio de Laticínios Ltda*. São Paulo: Lins. 2012. 80 p. Disponível em <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/54898.pdf>> Acessado em: 03 de Set. de 2017.

CARVALHO, Rafaela Torres. *A Logística Reversa e as Questões Ambientais*. 4 p. Itajubá, Minas Gerais. 2014. Disponível em <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjaicubmeTWAhWDD5AKHbBuCdgQFggnMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.fepi.br%2Frevista%2Findex.php%2Frevista%2Farticle%2Fdownload%2F297%2F234&u sg=AOvVaw1rCHsPPBZID1nU29hc2Lk0>> Acessado em 09 de Out. de 2017.

FERREL et. al. *Ética Empresarial: Dilemas, tomadas de decisões e casos*, Reichmann& Affonso. Rio de Janeiro, RJ. 2001.

GIACOBO, Fabiano. *Logística Reversa: A Satisfação do Cliente no Pós-Venda*. 17p. 2015. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2003-gol-0504.pdf>> acessado em 09 de Out. de 2017.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, Gilmerson et. al. *A Importância da Logística Reversa do Âmbito Social, Ambiental e Econômico*. FATEC JAHU. Disponível em <http://www.fatecguaratingueta.edu.br/fateclog/artigos/Artigo_58.PDF> Acessado em: 03 de Set. de 2017.

Hair, J. et al. (2005) *Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração*. Bookman Companhia Ed, São Paulo, p. 472.

LEITE, P.R. *Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade*. 1 ed. São Paulo, Prentice Hall, 2003.

MANZUETO, Mauricio Santos. *Automação de processos: a influência dos softwares de automação de processos nas rotinas organizacionais*. 57 p. Rio de Janeiro. 2016. Disponível em <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/28434/28434.PDF>> Acessado em 09 de Out. 2017.

MORATO, Luiz Alberto Nogueira. *Logística Reversa*. 29. 2012. Disponível em <<http://app.fanese.edu.br/producoes/wp-content/uploads/2-Log%C3%ADstica-Reversa-Abordagem-Econ%C3%B4mica.pdf>> Acessado em: 09 de Out. de 2017.

MUELLER, Carla. *Logística Reversa: Meio-ambiente e Produtividade*. 2005. 2. Grupo De Estudos Logísticos Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em <<http://www.tecspace.com.br/paginas/aula/faccamp/Rev/Artigo01.pdf>> Acessado em: 15 Mai. de 2017.

PEREIRA, P. L. *Logística reversa na Mercedes-Benz – Juiz de Fora Evolução e Oportunidade*. 11 .Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Faculdade de Engenharia da Universidade Federal de Juiz de Fora, MG, 2010.

SOTANO, Aloisio et. al. *Logística Reversa: como as empresas comunicam o descarte de baterias e celulares?* Revista administração de empresas. Vol. 52 no. 2 São Paulo Mar./Apr. 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003475902012000200004> Acessado em: 03 de Set. de 2017.

WANKE, Peter; FLEURY Paulo; FIGUEIREDO, Kleber. *Logística Empresarial: A Perspectiva Brasileira*. 1. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2009. 372 p.